

EINE BEILAGE VON

swissfundraising



NEWS

EDITORIAL



Roger Tinner,
Geschäftsführer
Swissfundraising

Eine Strategie sagt, was für Ziele man mit welchen Massnahmen erreicht. So weit, so einfach. Swissfundraising bzw. der Vorstand stellt sich ungefähr alle vier Jahre die Frage, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden und ob sie auch für die Zukunft noch die richtigen Ziele sind. Wer sich das neue Strategiepapier von Swissfundraising anschaut, stellt fest, dass sich der Fokus gegenüber den vergangenen Jahren nicht wesentlich verändert. Die umgesetzten Massnahmen werden weitergeführt, neue kommen Schritt für Schritt hinzu. Im Mittelpunkt der Strategie stehen auch in Zukunft die Anliegen und Bedürfnisse der wachsenden Zahl von Mitgliedern. Und das ist gut so.

Die neue Strategie verabschiedet und Umsetzung geplant

Der Swissfundraising-Vorstand hat die persönliche Erneuerung des Gremiums – wie bereits 2012 – zum Anlass genommen, die Mehrjahres-Strategie des Verbands zu überprüfen. Für die kommenden Jahre hat er wiederum strategische Ziele und Massnahmen definiert.

Die letzte Strategie-Diskussion und -Festlegung erfolgte 2012. Die damals beschlossenen Massnahmen in den Bereichen «Partnerschaften stärken», «Mitglieder aktivieren», «Berufsbild verbessern», «Finanzierung ausbauen und vergrössern» sowie «Strukturen anpassen» wurden in den vergangenen vier Jahren anhand von Jahresplänen grösstenteils umgesetzt. Wie damals geplant, konnte die Mitgliederzahl

von Jahr zu Jahr gesteigert werden. Zudem wurden wichtige Projekte in dieser Zeit neu lanciert und umgesetzt, etwa der Swissfundraising-Spenden- und Imagebarometer oder der #GivingTuesday. Zudem wurden Medienpartnerschaften mit dem Fundraiser-Magazin und der Zeitschrift «persönlich» abgeschlossen, neue Fachgruppen gebildet und die Anzahl der Weiterbildungsveranstaltungen ausgebaut.

Für die Jahre 2017 bis 2020 geht es zum einen darum, die in den letzten Jahren umgesetzten Massnahmen weiterzuführen. Zum anderen gilt es, auch neue Schwerpunkte zu setzen und den Verband und insbesondere das Berufsbild weiterzuentwickeln. Damit einher geht ein weiteres, moderates Wachstum der Mitgliederzahl (derzeit rund 650, 2012 lag die Zahl noch bei 500).

Fortsetzung auf Seite 3

«Kenntnisse jedes Spender-Segments haben und Veränderungen beobachten»

Ilona Pongracz ist Gründerin und Geschäftsführerin von Ethika und Spezialistin im Fundraising für gemeinnützige Organisationen. Sie konzipiert und organisiert im Auftrag von Swissfundraising die Journées de formation. Und sie war Mitglied des Vorstandsvorstands von 2006 bis 2010. Ilona ist seit 25 Jahren Fundraising-Spezialistin: Sie arbeitete während fast 10 Jahren als Verantwortliche vor allem für Direktmarketing und Partnerschaften für das Internationale Komitee vom Roten Kreuz (IKRK). Dann gründete sie Ethika und organisiert nun seit 15 Jahren die Mittelbeschaffung für Organisationen.

Wie bist du zum Fundraising gekommen?

Ich antwortete auf eine Stellenausschreibung in den Medien, mit der das IKRK eine Kandidatin mit Marketing-Ausbildung suchte, was ich vorweisen konnte. Ich lernte daraufhin die Fäden des Fundraisings in der Praxis zu spinnen, indem ich Marketing-Werkzeuge in dessen Dienst stellte. Was mich bei



Ilona Pongracz konzipiert und organisiert jeweils den «Westschweiz SwissFundraisingDay» – die «Journées de formation».

Spenden-Mailings ansprachte, war die dauernde Herausforderung, dass die Erfolge nie gesichert und die Ergebnisse sehr sichtbar sind. Meine Motivation und mein Antrieb war die reelle Nützlichkeit der beschafften Mittel für Projekte, die Opfern in absoluten Notlagen zugute kamen.

Warum engagierst du dich bei Swissfundraising?

Für den Austausch von Erfahrungen und für den Kontakt mit Fachkollegen. Swissfundraising ist der einzige Verband, der in der Schweiz eine Plattform dafür zur Verfügung stellt,

und diese ist, in unserer manchmal etwas einsamen Arbeit, unabdingbar. Jedes Jahr die einzigartige Begegnungsmöglichkeit in der Romandie auf unserem Gebiet organisieren, spezialisierte Redner suchen und eine Hundertschaft Teilnehmende empfangen zu dürfen, ist eine Ehre und gleichzeitig eine Anregung und Aufwertung.

Was sollte für das Fundraising in der Schweiz unbedingt verbessert werden?

Wir haben das Glück, unseren Beruf in einem Land ausüben zu dürfen, wo

es noch viele Mittel und grosszügige Gönner gibt, auch wenn diese diskret sind. Wir müssen jedoch wachsam bleiben. Philanthropie ist im Wandel begriffen und die Linien verschieben sich. Die Gönner tragen verschiedene Hüte: manche suchen auch selber Mittel für ihre Organisation, Unternehmen lancieren humanitäre Projekte, Förderstiftungen entwickeln Fundraising-Aktionen, um ihr Vermögen aufzustocken. Dazu kommen die sozialen Netzwerke, die wahrscheinlich wichtige Kräfte darstellen werden, wenn die Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu Spendern werden. Es sind so viele Faktoren, die es schon heute zu berücksichtigen gilt.

Welches sind aus deiner Sicht die drei wichtigsten Fundrai-

sing-Instrumente der kommenden Jahre?

Die Diversifikation der Fundraising-Instrumente wird dringlich werden. Aber noch grundlegender als die Priorität der Instrumente ist es und wird es sein, Kenntnisse jedes Spender-Segments zu haben und deren Veränderungen zu beobachten. Eine Spendenanfrage an Private (junge oder auch weniger junge), Firmen, Stiftungen, Serviceclubs, Behörden gemäss deren Vorlieben, Möglichkeiten, Erwartungen und Vorstellungen von Philanthropie zu richten, verlangt Flexibilität und Anpassung. Aus dieser Perspektive heraus kann man nicht sagen, dass ein Instrument wichtiger als das andere ist. Manche Gönner wollen sich nur per Mail austauschen, andere wollen erst eine knappe Präsentation, während wieder andere ein umfang-

reiches Dossier bevorzugen. Ein Geber wünscht sich eine Partnerschaft und Projektbesuche, ein zweiter erwartet einen Gewinn aus der Investition in seine Unterstützung, ein dritter wird seine Freunde und Kolleginnen ebenfalls für einen guten Zweck mobilisieren. So viele Möglichkeiten stehen uns offen!

Warum sollte ein/e FundraiserIn Mitglied bei Swissfundraising werden?

Es geht um eine Plattform, an der kein Weg vorbeiführt; es gibt keine andere im Land. Die Mitglieder repräsentieren den Massstab für effiziente Mittelbeschaffung, der jedem hilft, Trends zu verfolgen, wenn er am Erfahrungsaustausch teilnimmt.

Fortsetzung von Seite 1

Wie schon 2012 gilt, dass die finanzielle Lage trotz bzw. zum Teil gerade wegen der neuen Aktivitäten stabil bzw. positiv ist, konnten doch sämtliche Jahresrechnungen in der letzten Strategie-Periode positiv abgeschlossen werden. Gleichzeitig hat der Vorstand diskutiert, wieweit die neuen Aufgaben eine strukturelle Anpassung brauchen. Dabei hat er sich für ein System der Vorstandsarbeit entschieden, in dem Arbeitsgruppen für bestimmte Aufgaben/Projekte eine wichtige Rolle spielen. Verantwortlich für die operative Umsetzung bleibt die Geschäftsstelle, die weiterhin im Mandat geführt wird.

Strategische Ziele

Der Vorstand hat in grösstenteils neuer Zusammensetzung im August 2016 in einer Retraite die Strategie für Swissfundraising in den Jahren bis 2020 diskutiert. Daraus wurden anschliessend konkrete Ziele und Massnahmen abgeleitet, die im Strategiepapier in Stichworten beschrieben werden. Gab es für die vorangehende Periode fünf Schwerpunktbereiche, so sind es diesmal vier: «Politisches Gewicht und Handlungsfähigkeit stärken», «Community bilden und begeistern», «Berufsstand stärken» und «Nachhaltigkeit des Fundraisings erhalten/stärken». «Finan-

zierung ausbauen und vergrössern» wird nicht mehr als strategischer Schwerpunktbereich geführt. In den vergangenen vier Jahren hat sich gezeigt, dass die neuen Projekte und Massnahmen trotz Anfangsinvestition nachhaltig finanziert werden konnten. Die bestehenden Rückstellungen erlauben, in der kommenden Vierjahresperiode weitere Investitionen vorzunehmen.

Das gesamte Strategiepapier finden Sie online unter:
www.swissfundraising.org/strategie

Swissfundraising-Seminare

Mehrere Seminare werden jährlich von Swissfundraising angeboten. Zwei davon werden gemeinsam mit MyHappyEnd organisiert und drehen sich um «Nachlass-Marketing», eines befasst sich mit dem Thema «Das Mailing ist tot?». Diesmal ist auch «Fischkopp-Fundraising» im Angebot.

Was Spender von Ihnen wirklich erwarten – Fischkopp-Fundraising macht Sie erfolgreich!

«Fischkopp Fundraising» beschäftigt sich selbstkritisch, augenzwinkernd und dadurch leicht verdaulich mit den zentralen Fragen in der Gewinnung und Bindung von Spendern. Drei Hamburger Experten stehen am 14. Juni auf, was Spender wirklich brauchen und wie Sie erfolgreich sein können.

Das Mailing ist tot? Neue Potentiale eines alten Mediums

Bei diesem Seminar am 16. Juni in Bern gehen die Teilnehmenden Fragen nach wie «Warum reagieren Förderer so unverändert positiv auf Briefe?» und «Wie verdienen und gewinnen wir mit besseren Briefen mehr Vertrauen?». Tyark Thumann, «Fundraiser mit friesischem Migrationshintergrund», verrät, wie man

sich noch besser von kommerzieller Werbung unterscheiden kann.

Einstieg ins Nachlass-Marketing – die Schweizer Praxis

Am 17. August bringen Muriel Bonnardin Wethmar, Fundraiserin und Teamverantwortliche für die Bereiche Major Donors- und Stiftungs-Fundraising sowie Nachlass-Marketing, und Claudia Lehnerr Mosimann, Grossspenderbetreuerin und passionierte Nachlassfundraiserin, den Teilnehmenden den Aufbau eines Nachlass-Marketing-Programmes bei und zeigen die entsprechende Wirkungsmessung auf.

Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene

Dieses Seminar gibt am 24. August Inputs zur strategischen Planung und Wirkungsmessung im Nachlass-Marketing, zum Erbschaftsmarkt Schweiz sowie zur Beziehungspflege. Der Praxisteil am Nachmittag bietet Raum für die eigene Standortbestimmung und den Erfahrungsaustausch mit Teilnehmenden und den Referenten Claudia Lehnerr Mosimann und Samy Darwish, Jurist mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Fundraising, Sponsoring und Kommunikation.

Weitere Informationen und Anmeldung: swissfundraising.org/events

Wichtige Termine

Seminar: Fischkopp-Fundraising macht Sie erfolgreich
14. Juni in Bern

SwissFundraisingDay
15. Juni in Bern

Seminar: Ist das Mailing tot? Neue Potentiale eines alten Mediums
16. Juni in Bern

Seminar: Einstieg ins Nachlass-Marketing
17. August in Zürich

Seminar: Nachlass-Marketing für Fortgeschrittene
24. August in Zürich

Details zu Veranstaltungen auf www.swissfundraising.org

IMPRESSUM

Herausgeber

Swissfundraising, Rosenbergstrasse 85,
Postfach 20, 9001 St. Gallen
info@swissfundraising.org
www.swissfundraising.org

Redaktion

Roger Tinner, Geschäftsführer Swissfundraising,
roger.tinner@swissfundraising.org;
Andreas Cueni, Projektleiter Swissfundraising,
andreas.cueni@swissfundraising.org

Erscheint als Beilage zum Fundraiser-Magazin

swissfundraising 